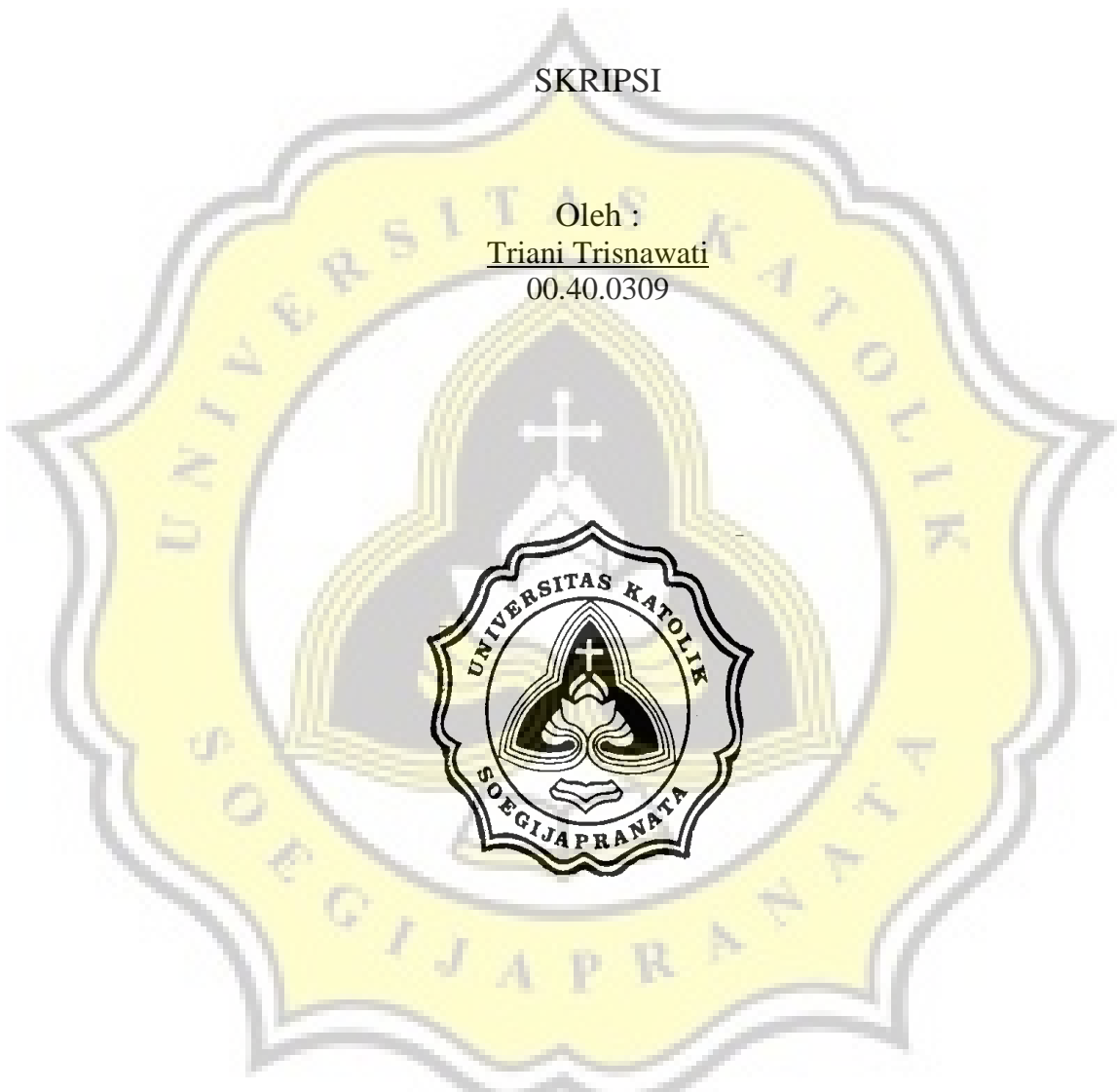


PERILAKU MEMBELI PRODUK PERAWATAN WAJAH
DITINJAU DARI KEPERCAYAAN DIRI PADA MAHASISWI

SKRIPSI

Oleh :
Triani Trisnawati
00.40.0309



FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2010

PERILAKU MEMBELI PRODUK PERAWATAN WAJAH
DITINJAU DARI KEPERCAYAAN DIRI PADA MAHASISWI

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi

Oleh :
Triani Trisnawati
00.40.0309



FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2010

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal
28 Januari 2010

Mengesahkan
Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata
Dekan,


(Th. Dewi Setyorini, S.Psi., M.Si.)

Dewan Penguji :

1. Drs. Sumbodo Prabowo, M.Si. _____

2. Esthi Rahayu, S.Psi., M.Si. _____

3. Dra. V. Sri Sumijati, M.Si. _____

The logo of Universitas Kencana Soegijapranata is a yellow shield with a scalloped border. Inside the shield, there is a stylized white lotus flower with yellow petals, set against a dark grey background. Above the lotus, the word "UNIVERSITAS KENCANA" is written in a semi-circle, and below it, "SOEGIJAPRANATA" is written in a semi-circle. The text is in a serif font.

*Kupersembahkan karya sederhana ini kepada
Ayah dan Ibu tercinta, dan Kakak-kakakku yang tersayang
yang turut memberi semangat dalam setiap perjalanan
hidupku*

MOTTO

*Saya takkan menjelek-jelekkan siapapun
dan akan mengatakan segala
yang baik yang Saya ketahui tentang semua orang*

(Benjamin Franklin)



UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ayah dan Ibuku tercinta yang telah memberikan kekuatan, kasih dan kemampuan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari jasa, bantuan, nasihat, bimbingan, serta doa dari orang-orang yang selalu ada selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Yth. Ibu Th. Dewi Setyorini, S.Psi., M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Yth. Bapak Drs. Sumbodo Prabowo, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama atas kesabaran dan kesediaannya meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Yth. Bapak Thomas Budi Santoso, Ed.D., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Unika Soegijapranata Semarang yang telah memberi ijin penelitian.
4. Seluruh subjek atas kesediaan serta kerja samanya dalam membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membantu dalam segala urusan administrasi dan surat perijinan.

7. Seluruh Staf Perpustakaan yang telah membantu dalam mencari buku-buku sumber referensi yang dibutuhkan oleh penulis.
8. Ayah dan Ibuku tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, materi, dan melimpahiku dengan kasih sayang sepanjang masa.
9. Kakak-kakakku (Iwan dan Dhanik) yang telah memberikan semangat.
10. *My Big Bro, The Doctor.....* Terima kasih atas waktu, bantuan dan informasi yang diberikan.
11. Sahabat dan teman-temanku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan kritik demi kebaikan yang akan datang. Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Syarat Memperoleh Gelar Sarjana	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Halaman Motto	v
Ucapan Terima Kasih	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	5
C. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah	7
1. Pengertian Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah	7
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Membeli	8
3. Tahap-tahap Perilaku Membeli	19
B. Kepercayaan Diri	23
1. Pengertian Kepercayaan Diri	23
2. Aspek-aspek Kepercayaan Diri	24
C. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah	28

D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Identifikasi Variabel Penelitian	32
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
1. Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah	32
2. Kepercayaan Diri.....	33
C. Subjek Penelitian	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	34
1. Skala Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah	35
2. Skala Kepercayaan Diri.....	36
E. Uji Coba Alat Ukur	38
1. Validitas.....	38
2. Reliabilitas.....	39
F. Metode Analisis Data.....	39
BAB IV LAPORAN PENELITIAN.....	40
A. Orientasi Kancan Penelitian.....	40
B. Persiapan Penelitian	41
1. Penyusunan Skala Penelitian.....	41
a. Skala Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah...	42
b. Skala Kepercayaan Diri.....	42
2. Tahap Perijinan Penelitian.....	43
3. Uji Coba Alat Ukur.....	44
a. Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah.....	44
b. Validitas dan Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri...	45

C. Pelaksanaan Penelitian.....	47
BAB V HASIL PENELITIAN	49
A. Hasil Penelitian	49
1. Uji Asumsi	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Linieritas.....	50
2. Uji Hipotesis	50
B. Pembahasan.....	51
BAB VI PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN-LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rancangan Jumlah Item Skala Perilaku Membeli Produk	
	Perawatan Wajah	36
Tabel 2	Rancangan Jumlah Item Skala Kepercayaan Diri	38
Tabel 3	Sebaran Item Skala Perilaku Perilaku Membeli Produk	
	Perawatan Wajah	42
Tabel 4	Sebaran Item Skala Kepercayaan Diri	43
Tabel 5	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah.....	45
Tabel 6	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Kepercayaan Diri	46
Tabel 7	Sebaran Nomor Item Baru Skala Perilaku Membeli Produk	
	Perawatan Wajah	47
Tabel 8	Sebaran Nomor Item Baru Skala Kepercayaan Diri.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	59
LAMPIRAN A DATA <i>TRY OUT</i>	60
A-1 Data <i>Try Out</i> Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah.....	61
A-2 Data <i>Try Out</i> Kepercayaan Diri	64
LAMPIRAN B VALIDITAS DAN RELIABILITAS	66
B-1 Validitas dan Reliabilitas Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah	67
B-2 Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Diri	71
LAMPIRAN C SKALA PENELITIAN	75
C-1 Skala Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah...	76
C-2 Skala Kepercayaan Diri.....	79
LAMPIRAN D DATA PENELITIAN	81
D-1 Data Penelitian Perilaku Membeli Produk Perawatan Wajah.....	82
D-2 Data Penelitian Kepercayaan Diri	85
LAMPIRAN E UJI ASUMSI	88
E-1 Uji Normalitas.....	89
E-2 Uji Linieritas	92
LAMPIRAN F ANALISIS DATA.....	94
LAMPIRAN G SURAT IJIN PENELITIAN DAN BUKTI PENELITIAN	96
G-1 Surat Ijin Penelitian	97
G-2 Surat Bukti Penelitian.....	99

PERILAKU MEMBELI PRODUK PERAWATAN WAJAH DITINJAU
DARI KEPERCAYAAN DIRI PADA MAHASISWI

Oleh :
Triani Trisnawati

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku membeli produk perawatan wajah pada mahasiswi. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku membeli produk perawatan wajah. Semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki maka perilaku membeli produk perawatan wajah semakin rendah, demikian juga sebaliknya. Subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, memiliki usia 16-19 tahun dan berjenis kelamin perempuan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling*. Skala yang digunakan adalah skala perilaku membeli produk perawatan wajah dan skala kepercayaan diri. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi *Product Moment*. Berdasarkan analisis data diperoleh nilai r_{xy} sebesar -0,489 dengan $p < 0,01$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku membeli produk perawatan wajah pada mahsiswi. Semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki maka perilaku membeli produk perawatan wajah semakin rendah, demikian juga sebaliknya.

Kata kunci : perilaku membeli produk perawatan wajah, kepercayaan diri.